

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування

Кафедра маркетингу

06-13-203М

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня за освітньо-професійною програмою
«Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг»
денної і заочної форм навчання

Рекомендовано науково-методичною
радою з якості ННІЕМ
Протокол № 3 від 23 лютого 2021 р.

Рівне – 2021

Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання [Електронне видання] / Мальчик М. В., Попко О. В., Мартинюк О. В., Толчанова З. О. – Рівне : НУВГП, 2021. – 38 с.

Укладачі: Мальчик М. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу;
Попко О. В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу;
Мартинюк О. В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу;
Толчанова З. О., к.е.н., доцент кафедри маркетингу.

Відповідальний за випуск: Мальчик М. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу.

Керівник групи забезпечення спеціальності: Мартинюк О. В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

© М. В.Мальчик, О. В.Попко,
О. В. Мартинюк,
З. О.Толчанова. 2021
© НУВГП, 2021

ЗМІСТ

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ	4
1. ЕТАПИ ВИКОНАННЯ ТА ПІДГОТОВКИ ДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ	5
1.1. Етапи виконання кваліфікаційної роботи	5
1.2. Зміст етапів підготовки кваліфікаційної роботи до захисту	6
2. ПОРЯДОК ЗАХИСТУ І ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ. ОБОВ'ЯЗКИ СТУДЕНТА ТА НАУКОВОГО КЕРІВНИКА В ПРОЦЕСІ ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТУВАННЯ	8
2.1. Порядок захисту і оцінювання кваліфікаційної роботи в ЕК	8
2.2. Обов'язки студента та наукового керівника при виконанні кваліфікаційної роботи та її підготовці до захисту	10
3. СТРУКТУРА, ЗМІСТ І ОБСЯГИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ	12
3.1. Структура кваліфікаційної роботи	12
3.2. Зміст і обсяги кваліфікаційної роботи	13
4. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ	16
4.1. Загальні вимоги до оформлення кваліфікаційної роботи	16
4.2. Оформлення тексту кваліфікаційної роботи	18
4.3. Оформлення переліків	18
4.4. Оформлення таблиць	19
4.5. Оформлення ілюстрацій	20
4.6. Оформлення формул	21
4.7. Цитування та посилання на використані джерел	22
4.8. Оформлення списку використаних джерел	23
4.9. Оформлення додатків	24
ДОДАТКИ	25
Додаток А Орієнтовна тематика кваліфікаційних робіт за спеціальністю 075 «Маркетинг»	25
Додаток Б Зразок завдання на кваліфікаційну роботу	31
Додаток В Зразок оформлення зовнішньої рецензії	33
Додаток Г Зразок заяви на кваліфікаційну роботу	34
Додаток Д Зразок титульного аркуша кваліфікаційної роботи	35
Додаток Е Приклад оформлення літератури	36
Додаток Ж Анотація кваліфікаційної роботи	38

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Написання **кваліфікаційної роботи (КР)** є обов'язковим завершальним етапом процесу підготовки студентів за магістерською програмою. КР – це підсумкова кваліфікаційна робота, яка містить:

1) результати самостійних досліджень студента з теорії і практики маркетингу у відповідності до обраної теми дослідження;

2) розроблену і обґрунтовану студентом програму заходів з удосконалення маркетингової діяльності суб'єкта ринкової економіки, що є базою дослідження (підприємства, організації, установи);

3) оцінку очікуваної соціально-економічної ефективності запропонованої програми заходів з урахуванням впливів можливих ризиків.

Метою підготовки кваліфікаційної роботи є: розробка, обґрунтування і оцінка програми заходів з удосконалення маркетингової діяльності суб'єктів ринкової економіки.

Основними завданнями кваліфікаційної роботи є:

1) вивчення, поглиблення та узагальнення теоретико- методологічних засад за обраним напрямом дослідження;

2) виконання всебічної економіко-маркетингової діагностики бази дослідження (тобто підприємства, на прикладі якого розробляється дипломна кваліфікаційна робота) із застосуванням сучасного інструментарію;

3) розробка та оцінювання альтернативних підходів до вирішення визначених проблем;

4) обґрунтування на основі результатів фінансово-економічного та маркетингового аналізів комплексу рекомендацій щодо удосконалення управління маркетинговою діяльністю бази дослідження;

5) оцінка соціально-економічної ефективності запропонованих заходів і ризиків, що супроводжують їх впровадження.

1. ЕТАПИ ВИКОНАННЯ ТА ПІДГОТОВКИ ДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

1.1. Етапи виконання кваліфікаційної роботи

1) *Визначення напрямку дипломного дослідження*

Визначення напрямку дослідження здійснюється студентом при консультаційній участі наукового керівника КР від випускової кафедри на підставі наукових інтересів студента-дипломника з урахуванням тематики наукових досліджень випускової кафедри та особливостей бази дослідження (підприємства, організації, установи).

При виборі напрямку дослідження студентам-дипломникам доцільно користуватися переліком тем КР, що запропонований випусковою кафедрою (Додаток А). Вказаний перелік тем не є обов'язковим і може корегуватися та доповнюватися.

2) *Вибір теми КР*

Обираючи тему, слід враховувати її актуальність для конкретної організації чи підприємства, можливість одержання відповідних вихідних даних для розробки теми (фінансової і статистичної звітності, даних про функціонування комплексу маркетингу, результатів власних спостережень і маркетингових досліджень тощо).

Обрана студентом тема КР має бути погоджена з науковим керівником та випусковою кафедрою в формі письмової заяви студента.

Закріплення за студентом теми кваліфікаційної роботи оформлюється наказом ректора університету не пізніше, ніж за півроку до закінчення строку навчання студента за даною магістерською програмою.

Студенти денної форми навчання у відповідності до навчального плану проходять виробничу переддипломну практику. Одним з найважливіших завдань цієї практики є збір вихідних даних, необхідних для виконання КР. Студенти заочної форми навчання одержують вказані матеріали за місцем своєї основної роботи.

Не допускається виконання КР на абстрактну тему без використання та аналізу матеріалів, що характеризують діяльність конкретного реального підприємства (організації, установи).

3) *Розробка плану кваліфікаційної роботи*

Попередній план КР складає студент після затвердження йому теми КР на основі глибокого інформаційного пошуку і детального ознайомлення з вимогами випускової кафедри щодо підготовки КР.

Після обговорення з науковим керівником попереднього плану КР та можливого його корегування студенту видається завдання на

кваліфікаційну роботу (Додаток Б). План КР відображується в пункті 4 вказаного завдання. Завдання на КР затверджується завідувачем випускової кафедри.

4) Проведення досліджень і написання кваліфікаційної роботи

Даний етап виконання КР полягає у проведенні усіх необхідних видів досліджень: теоретичних, аналітичних, проектних. Студенту-дипломнику рекомендується поетапно виконати наступний комплекс робіт: ґрунтовно ознайомитися з теоретичними та методологічними засадами обраної для КР проблематики; критично проаналізувати навчальні та наукові інформаційні джерела вітчизняних і закордонних авторів (класичні та новітні) у відповідності до теми КР; узагальнити існуючі теоретичні підходи та обґрунтувати методичну базу, необхідну для аналітичних досліджень у КР; провести короткий загальний фінансово-економічний аналіз і спеціальний маркетинговий аналіз діяльності бази дослідження за 3-5 років, включаючи останній рік, по якому є звітні дані; на підставі аналітичного дослідження розробити й обґрунтувати пропозиції щодо удосконалення функціонування комплексу маркетингу бази дослідження (підприємства, організації, установи).

5) Дотримання графіку виконання кваліфікаційних робіт

Календарний графік виконання КР студентами затверджується випусковою кафедрою і є складовою завдання на КР (Додаток Б). Контроль за дотриманням кожним студентом вказаного графіка здійснюється науковим керівником КР під час проведення ним планових консультаційних занять з КР. Випускова кафедра періодично на своїх засіданнях розглядає стан поетапної підготовки студентами КР за інформацією наукового керівника.

1.2. Зміст етапів підготовки кваліфікаційної роботи до захисту

1) Зовнішнє рецензування кваліфікаційної роботи

Зовнішнє рецензування кожної КР проводиться з метою надання екзаменаційній комісії незалежної експертної оцінки кваліфікаційної роботи і рівня фахової підготовленості студента-дипломника. Зовнішня рецензія оформляється письмово (Додаток В) і має містити характеристику наукової новизни, чітко означені позитивні сторони КР та її недоліки, а також узагальнений висновок рецензента: рекомендує чи не рекомендує він КР до захисту в екзаменаційній комісії та оцінку.

2) Попередній захист кваліфікаційної роботи

Попередній захист (розгляд) КР здійснюється в комісії, призначеній на

випусковій кафедрі її завідувачем. Графік і порядок роботи комісії, склад та форму матеріалів, що подають студенти в комісію для розгляду визначає випускова кафедра.

На попередній розгляд КР надаються в повному обсязі (в наявності повинні бути усі структурні частини КР) в непереплетеному вигляді разом із зовнішньою рецензією, оформленою у відповідності з чинними вимогами кафедри. При цьому КР має бути вже перевірена її науковим керівником і допущена ним до попереднього захисту (титульний аркуш КР має бути підписаний її науковим керівником).

3) *Перевірка на наявність текстових збігів відповідно до даних сервісу Unplag.* Допуск до захисту випускної кваліфікаційної роботи кожного студента здійснюється на основі аналізу Акту перевірки випускної кваліфікаційної роботи на наявність текстових збігів, який проводиться рішенням засідання кафедри. У разі перевищення 40% збігів, випускова кваліфікаційна робота потребує доопрацювання та повторної перевірки. За умови перевищення критерію наявності текстових збігів 40% у разі повторної перевірки, робота відхиляється, а здобувачу призначається нова дата захисту. Остаточне рішення про допуск до захисту кваліфікаційної роботи приймає екзаменаційна комісія із захисту кваліфікаційних робіт.

4) *Отримання письмового відгуку наукового керівника на КР*

Письмовий відгук наукового керівника КР – це офіційний документ, який відображає загальне офіційне його відношення до КР і можливість її допуску до захисту в ДЕК, а також містить загальні оцінки, що стосуються наступних аспектів КР: актуальність теми, наукова новизна, позитивні сторони роботи, наявність самостійних розробок автора, практична цінність висновків і рекомендацій, перелік і характеристика недоліків роботи.

Відгук на КР оформляється її науковим керівником і надається студенту-автору КР після успішного проходження ним попереднього захисту КР в комісії випускової кафедри за умови обов'язкового виконання автором КР наступних вимог: переплетення КР у тверду обкладинку; наявності електронного носія зі змістом КР (при цьому вказаний електронний носій має бути завізований науковим керівником КР під час оформлення його відгуку на неї); наявності зовнішньої рецензії на КР.

Надання КР студентом її науковому керівнику для підготовки письмового відгуку має бути здійснено не пізніше, ніж за 10 днів до початку встановленого терміну роботи екзаменаційної комісії із захисту КР.

5) *Підготовка студентів до публічного захисту КР в екзаменаційній комісії (ЕК)*

Час доповіді при захисті КР не повинен перевищувати 10 хвилин. Доповідь має бути стислою, конкретною, кваліфікованою і детально підтверджуватися відповідними демонстраційними матеріалами. Зміст доповіді має містити наукове обґрунтування актуальності теми КР, загальну структуру роботи, характеристику предмета і підприємства-базис дослідження, зміст та результати теоретичних і аналітичних досліджень; перелік, сутність і обґрунтування розроблених заходів, оцінку соціально-економічної ефективності від впровадження заходів з урахуванням ризиків. Зміст доповіді та перелік демонстраційних матеріалів до КР необхідно погодити з науковим керівником.

Демонстраційні матеріали до КР можуть бути оформлені в електронному вигляді (презентація) або у паперово-роздатковому вигляді. При цьому в першому варіанті вони, під час захисту КР в ЕК, використовуються разом з допоміжними технічними засобами (проектором). У другому варіанті – представляють собою набір листів формату А4, що переплетені між собою і мають загальну обкладинку. Усі листи демонстраційних матеріалів повинні мати загальну наскрізну нумерацію, яка позначається у правому верхньому куті кожного листа надписом виду «Лист №...».

2. ПОРЯДОК ЗАХИСТУ І ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

2.1. Порядок захисту і оцінювання кваліфікаційної роботи в ЕК

Захист КР здійснюється кожним студентом особисто на відкритому засіданні ЕК у формі публічної доповіді основних теоретичних, аналітичних і проектних результатів дослідження. Доповідь, після її завершення, доповнюється дискусійним обговоренням, в якому беруть участь:

- 1) члени ЕК, що ставлять запитання студенту;
- 2) сам студент як автор КР і претендент на присвоєння йому відповідної кваліфікації;
- 3) науковий керівник КР;
- 4) зовнішній рецензент, якщо він присутній на захисті КР;
- 5) інші особи, присутні на захисті, що мають на це бажання.

Процедура захисту кваліфікаційної роботи розпочинається з того,

що секретар ЕК оголошує її тему, прізвище, ім'я і по батькові автора та керівника, а також доповідає про наявність необхідних супровідних документів. Після цього слово надається студенту для доповіді. Після завершення доповіді оголошується відгук наукового керівника і рецензії. Студенту надається можливість відповісти на зауваження, зроблені у відгуку й рецензіях, надати роз'яснення стосовно виявлених недоліків.

Далі розпочинається наукова дискусія, у якій мають право брати участь усі присутні на захисті. Члени ЕК та особи, запрошені на захист, в усній формі можуть задавати питання щодо проблем стосовно теми дослідження. Відповідаючи на запитання, студент формулює коротко та по суті проблеми. Для підтвердження відповіді можна робити посилання на таблиці та рисунки, використані в тексті КР і в презентації.

Оцінка захисту кваліфікаційних робіт здійснюється на закритому засіданні ДЕК після презентації робіт студентів, передбачених розкладом захисту у відповідний день. Рішення щодо оцінки приймається відкритим голосуванням, в якому беруть участь тільки члени ЕК, простою більшістю голосів. ЕК приймає до уваги інформацію наукового керівника, відображену у його відгуку, про процес підготовки КР та її експертну оцінку зовнішнім та внутрішнім рецензентами. При однаковій кількості голосів голос голови ЕК є вирішальним.

Після захисту кваліфікаційна робота передається студентом на зберігання в архів університету.

Для оцінювання кваліфікаційної роботи в університеті застосовується 100-бальна шкала. Отримана студентом підсумкова оцінка у балах одночасно фіксується у протоколі засідання ЕК у 4- бальній шкалі (“відмінно”, “добре”, “задовільно” чи “незадовільно”).

Відмінно (90-100 балів). Кваліфікаційна робота є бездоганною: виконана з дотриманням абсолютно усіх вимог до такої роботи, носить творчий характер, містить оригінальні розробки, які готові до впровадження; робота оформлена чітко і акуратно; відгук і рецензія позитивні; ілюстративний матеріал підібраний грамотно, відображає зміст проведених досліджень, правильно оформлений і використовується під час доповіді; доповідь логічна, стисла, з правильним використанням термінології; відповіді на запитання членів ЕК правильні і повні.

Добре (74-89 балів). Тема роботи розкрита повністю, але мають місце окремі недоліки непринципового характеру: деякі питання не деталізовані; не повністю використані новітні розробки; не всі розроблені пропозиції можуть бути рекомендовані до впровадження; мають місце окремі зауваження в рецензії та відзиві; доповідь логічна, проголошена вільно; відповіді на запитання членів ЕК в основному правильні, але не

повні, оформлення роботи в межах вимог.

Задовільно (60-73 балів). Тема кваліфікаційної роботи в основному розкрита, але мають місце недоліки змістовного характеру: нечітко сформульована мета роботи, теоретичний розділ має виражений компілятивний характер, наукова полеміка відсутня, в аналітичній частині є надлишок елементів описовості, добір інформаційних матеріалів (таблиці, графіки, схеми) не завжди обґрунтований, заходи і пропозиції, що містяться в третьому розділі, обґрунтовані непереконливо, рецензія і відзив містять окремі зауваження, доповідь прочитана за текстом, не всі відповіді на запитання членів ЕК правильні або повні. Є зауваження щодо оформлення кваліфікаційної роботи.

Незадовільно (менше 60 балів). Нечітко сформульована мета кваліфікаційної роботи. Розділи погано пов'язані між собою. Відсутній критичний огляд сучасних літературних джерел. Аналіз виконаний поверхнево, переважає описовість, немає системності і глибини. Пропоновані заходи випадкові, з аналізу не випливають, економічне обґрунтування неповне. Оформлення роботи далеке від зразкового. Ілюстративний матеріал до захисту відсутній. Відповіді на запитання членів ЕК неточні або неповні.

2.2. Обов'язки студента та наукового керівника при виконанні кваліфікаційної роботи та її підготовці до захисту

Обов'язки студента полягають у виконанні наступного:

- 1) виконання всіх положень завдання на КР (календарного графіку, плану КР тощо); виконання всіх вимог даних методичних вказівок;
- 2) вибір теми КР у відповідності з визначеним напрямком дослідження, погодження її з науковим керівником КР від випускової кафедри та реєстрація цієї теми на випусковій кафедрі (подання письмової заяви студента з назвою обраної теми і базового підприємства, завізованої науковим керівником КР, на випускову кафедру; її зразок наведено у додатку Г даних методичних вказівок);
- 3) підготовка проекту загального плану КР, відповідного обраній темі, погодження його змісту з науковим керівником та отримання письмового індивідуального завдання на виконання КР від її наукового керівника на бланку встановленої форми (див. додаток Б);
- 4) проведення усіх необхідних досліджень, означених в індивідуальному завданні на КР та написання усіх частин КР у терміни, встановлені графіком її підготовки (додаток Б);
- 5) погодження змістовного наповнення усіх частин КР з науковим

керівником роботи та їх оформлення у встановлені графіком терміни;

6) проходження зовнішнього рецензування КР на базовому підприємстві (отримання рецензії за формою, наведеною у додатку В);

7) успішне проходження попереднього захисту КР в комісії випускової кафедри у встановлений графіком термін та одержання допуску до захисту;

8) перевірка на наявність текстових збігів відповідно до даних сервісу Unplag;

9) переплетення КР в тверду обкладинку;

10) оформлення електронного носія зі змістом КР та його долучення до готової роботи;

11) надання готової КР, разом з її зовнішньою рецензією та електронним носієм її змісту, науковому керівнику для оформлення письмового відгуку у встановлений графіком кафедри термін та отримання цього відгуку;

12) підготовка до захисту КР в ЕК (написання тексту доповіді та підготовка демонстраційних матеріалів до неї; погодження їх змісту з науковим керівником КР; підготовка відповідей на письмові зауваження рецензента і наукового керівника КР, якщо вони є, тощо);

13) надання готової КР на випускову кафедру для її реєстрації та передачі в ЕК у встановлений графіком кафедри термін;

14) захист КР в ЕК з виконанням чинних в НУВГП норм і правил.

Обов'язки наукового керівника КР:

1) консультування студента з питань: визначення напрямку дослідження, що планується здійснити у КР; вибору її теми, доцільної для умов базового підприємства; розробки плану КР; добору спеціальної літератури; підготовки усіх розділів КР та доповіді й демонстраційних матеріалів для її захисту в ЕК (проводиться під час планових консультацій);

2) видача студенту індивідуального завдання на КР та ознайомлення його з графіком поетапної підготовки КР, затвердженим випусковою кафедрою;

3) поетапний контроль за дотриманням кожним студентом-дипломником графіка підготовки КР, затвердженого випусковою кафедрою (проводиться під час планових консультацій за встановленим кафедрою розкладом);

4) контроль відповідності структури КР та змістовного наповнення усіх її складових частин змісту індивідуального завдання на її виконання;

5) поточний і підсумковий контроль якості виконання КР і дотримання чинних стандартів, авторських прав;

- б) своєчасне інформування викладачів кафедри та її завідувача про стан поетапної підготовки кожної КР;
- 7) підготовка відгуку на КР за встановленою формою.

3. СТРУКТУРА, ЗМІСТ І ОБСЯГИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

3.1. Структура кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна робота є оригінальною науково- дослідною роботою теоретико-прикладного характеру, яку студент виконує самостійно під керівництвом наукового керівника за обраною темою, використовуючи матеріали реального суб'єкта ринкової економіки (підприємства, організації, установи).

Загальний обсяг кваліфікаційної роботи повинен бути 90-115 сторінок друкованого тексту формату А4 (297х210 мм), не враховуючи списку використаних джерел та додатків.

Зміст КР викладається державною мовою; стиль викладення матеріалу – науковий, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок.

Оформлення кваліфікаційної роботи здійснюється згідно з вимогами до звітів про науково-дослідні роботи, встановленими Державними стандартами України ДСТУ 3008-95 і ДСТУ 7.1:2006.

Кваліфікаційна робота має таку обов'язкову структуру:

1. ТИТУЛЬНИЙ АРКУШ – 1 стор.;
2. АКТ ПЕРЕВІРКИ ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ НА НАЯВНІСТЬ ТЕКСТОВИХ ЗБІГІВ (відповідно до даних сервісу Unplag) – 1-ша сторінка Звіту;
3. ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТА– 2 стор. (Додаток);
4. АНОТАЦІЯ – 1-2 стор. (Додаток Ж);
5. ЗМІСТ – 1-2 стор.;
6. ВСТУП – 3-5 стор.;
- ОСНОВНА ЧАСТИНА – до 100 стор., в тому числі:
 7. Розділ 1 (теоретичний) – 25-30 стор.
 8. Розділ 2 (аналітичний) – 35-40 стор.
 9. Розділ 3 (проектний) - 25-30 стор.
 10. ВИСНОВКИ – 5-7 стор.;
 11. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ
 12. ДОДАТКИ

3.2. Зміст і обсяги кваліфікаційної роботи

Зміст (план) роботи повинен містити назви всіх її розділів і підрозділів (параграфів) із зазначенням їх початкових сторінок; має відображати сутність проблеми, яка досліджується у КР, її складність і загальну логіку поетапного здійснення цього дослідження та його цілеспрямованість. Назви розділів і підрозділів повинні бути стислими, зрозумілими і логічно пов'язаними з проблемою, що охоплюється назвою і метою КР. Обсяг змісту має становити 1-2 сторінки.

Вступ КР.

У вступі відображають наступне:

актуальність теми (подається коротка характеристика суті та стану проблеми, що досліджується, обґрунтовується доцільність розробки теми для розвитку національної економіки і економіки підприємства – бази дослідження, наводиться перелік провідних вітчизняних і зарубіжних вчених, що працюють над проблемою, із зазначенням посилань на їх праці, які досліджувались в процесі виконання роботи);

об'єкт дослідження - процес або явище, яке породжує проблемну ситуацію;

предмет дослідження - все те, що знаходиться в межах об'єкта дослідження у визначеному аспекті пізнання і співпадає з темою дослідження;

база дослідження – коротка характеристика підприємства, на матеріалах якого виконується КР;

мета і завдання роботи. Мета роботи, зазвичай, тісно переплітається з назвою роботи і повинна чітко вказувати, що саме вирішується. Не слід формулювати мету як «Дослідження...»,

«Вивчення...», тому що ці слова вказують на засіб досягнення, а не на саму мету. Завдання – це те, що підлягає дослідженню у розділах роботи;

методи дослідження (подають перелік методів наукових досліджень, які були використані в роботі);

теоретична та методологічна база дослідження (наводять узагальнений перелік відповідних наукових джерел, положення яких покладені в основу дослідження);

практичне значення отриманих результатів (зазначають, де і яким чином можуть бути використані результати дослідження).

Перший розділ КР. При своїй загальній спрямованості на розкриття теоретичних засад у сфері маркетингу, він повинен містити якісні та глибокі критичні оцінки і узагальнення автора КР, що стосуються наступних питань: загальних теоретичних засад маркетингу в цілому та

їх сучасних особливостей (проблем, тенденцій, знакових орієнтирів); теоретичних засад маркетингу в аспектах, що стосуються усіх складових обраної теми (їх ретроспективного та сучасного стану, проблемних питань, тенденцій, специфіки розвитку, орієнтирів тощо); сутності методики аналізу визначених проблем з теорії та практики маркетингу, що є доцільними для їх застосування у розділах 2 та 3 КР; сучасних особливостей і тенденцій застосування досягнень маркетингу в цілому та, особливо, тих його аспектів, що стосуються обраної теми КР в галузі чи сфері, до якої належить вид комерційної діяльності бази дослідження.

Другий розділ КР. Цей розділ є аналітичним. Розділ повинен бути максимально насичений таблицями, графіками, діаграмами, авторськими оцінками та узагальненнями тощо. При цьому в тексті кожного з підрозділів необхідно чітко розмежувати вказану інформацію за джерелами її походження (запозичена з літератури, одержана із матеріалів звітності базового підприємства, здобута шляхом власних спостережень, експериментів, розрахунків, опитувань тощо).

Слід проаналізувати фактичний стан маркетингової діяльності з усіма недоліками та позитивними моментами, дати йому критичну оцінку, виявити відхилення від діючих нормативно-інструктивних документів; на базі бенчмаркінгу узагальнити інноваційний досвід і можливості його впровадження тощо.

Обов'язковою складовою аналітичного розділу має бути дослідження організаційно-управлінської структури базового підприємства, функції управління, функціональні та інформаційні взаємозв'язки, алгоритми і режими взаємодії структурних елементів, ступінь ефективності функціонування та потенційні резервні можливості. При цьому особливу увагу необхідно приділити службі маркетингу базового підприємства, її структурі, функціям та загальній ролі в управлінні виробничими та бізнесовими процесами.

Студент має виконати фінансово-економічний і маркетинговий аналізи таким чином, щоб виявити резерви (невикористані можливості) удосконалення управління комплексом маркетингу.

Аналізуються дані за останні 5 років.

Третій розділ КР. Цей розділ є проектним. На підставі дослідження, проведеного в другому розділі, необхідно обґрунтувати конкретні рекомендації з покращання маркетингової та комерційної діяльності, розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності продукції і самого підприємства, з удосконалення функціонування комплексу маркетингу на підприємстві, яке є базою дослідження. Спираючись на висновки попередніх розділів роботи, треба сформулювати відповідні

рекомендації. Кожна пропозиція потребує детального обґрунтування, відповідних розрахунків, використання інноваційного досвіду зарубіжних і вітчизняних підприємств тощо. Слід пояснити, з яких умов дана пропозиція може бути реалізована, доцільно надати етапи її впровадження, виходячи з сучасного стану розвитку бази дослідження.

Завершальною складовою третього розділу КР має бути економічне обґрунтування доцільності застосування запропонованих заходів з удосконалення маркетингової діяльності базового підприємства з урахуванням впливу різноманітних ризиків.

Висновки. Є завершальною структурною складовою частиною КР, яка містить стислий виклад наступних питань:

- 1) актуальності теми КР (з розділу «Вступ» КР);
- 2) результатів теоретичних досліджень і виявлених тенденцій (з кожного підрозділу розділу 1);
- 3) результатів аналітичних досліджень та виконаних на їх основі оцінок і узагальнень (з кожного підрозділу розділу 2);
- 4) перелік розроблених автором пропозицій та відповідні їм значення очікуваної в умовах базового підприємства економічної ефективності, що оцінені без та з урахуванням впливів можливих ризиків (з розділу 3).

Висновки мають переконливо доводити, що тема КР розкрита.

За всі результати досліджень і розрахунків, за зроблені на їх основі висновки і прогнози, викладені у кваліфікаційній роботі, а також за дотримання в ній усіх норм чинного законодавства України в сфері авторського права персональну відповідальність, як одноосібний автор, повністю несе студент, який написав дипломну роботу.

Список використаних джерел. як структурна частина КР, включає перелік використаних літературних джерел різних видів, що повинен бути складений у відповідності до чинних вимог ДСТУ 3008-95 та ДСТУ-7.1:2006.

Долатки. Це структурна частина кваліфікаційної роботи, яка включає використані при виконанні КР матеріали наступних видів: джерела фінансової, статистичної, бухгалтерської і маркетингової інформації; копії звітності базового підприємства за 5-річний період; зразки анкет для опитувань; громіздкі розрахунки, таблиці з допоміжною інформацією; громіздкі та додаткові структурні схеми; схеми алгоритмів тощо.

4. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

4.1. Загальні вимоги до оформлення кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна робота (її текст, рисунки, таблиці, формули, додатки, посилання, перелік використаних інформаційних джерел) повинна бути виконана і оформлена з дотриманням усіх вимог, що пред'являються до наукових робіт наступними чинними державними стандартами України:

- ДСТУ 3008-95 «Документація. Звіти у сфері науки і техніки.

Структура і правила оформлення»;

- ДСТУ 7.1: 2006 «Бібліографічний запис. Бібліографічний опис.

Загальні вимоги та правила складання».

При цьому загальними вимогами, що пред'являються до КР і повинні обов'язково бути виконаними студентами, є наступні:

1) текст роботи має бути набраний на комп'ютері у редакторі Word for Windows нежирним шрифтом виду Times New Roman розміром кегля 14 з міжрядковим інтервалом 1,5 та роздрукований на одному боці аркушів білого паперу формату А4 (297х210 мм) з чіткою контрастністю знаків усіх видів (літер, цифр, ліній) та дотриманням обмежувальних полів (лівого – 30 мм, правого – не менше 10 мм, верхнього та нижнього – по 20 мм);

2) інтервали між заголовками і текстом мають бути в межах 15- 20 мм;

3) черговість розміщення структурних елементів у КР: титульний аркуш; акт перевірки випускної кваліфікаційної роботи на наявність текстових збігів (відповідно до даних сервісу Unplag – 1-ша сторінка Звіту); завдання на КР (оригінал); анотація; зміст КР; вступ; перший розділ; другий розділ; третій розділ; висновки; список використаних джерел; додатки;

4) нумерація сторінок КР починається з сторінки «ВСТУП» з номера 3, якщо «ЗМІСТ» розміщується на 2-х сторінках – з номера 4. Номери сторінок КР проставляють у верхній правій частині листа без крапки.

5) вступ КР, кожний її розділ (крім підрозділів), а також висновки, література, додатки починаються з нових сторінок;

6) назви усіх розділів, підрозділів, пунктів й підпунктів КР, вказані у її тексті як заголовки, повинні дослівно співпадати з їх назвами, зазначеними у «ЗМІСТІ» КР;

7) у «Змісті» після назви кожного структурного елементу (крім назв розділів) КР в кінці строки повинно бути зазначено номер сторінки з якої

починається елемент.

8) нумерація таких структурних елементів КР, як розділи, підрозділи, пункти й підпункти повинна бути здійснена арабськими цифрами; такі ж елементи КР, як «ЗМІСТ», «ВСТУП», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» не нумеруються, а їх назви є заголовками; при цьому:

а) розділи КР повинні мати порядкову нумерацію в межах усього її тексту (без урахування додатків КР);

б) підрозділи КР повинні мати порядкову нумерацію в межах кожного розділу; номер підрозділу має містити в собі номер розділу (це його перша цифра) та номер підрозділу в структурі відповідного розділу (це його друга цифра), відокремлені між собою крапкою (наприклад: 2.3. Аналіз роботи базового підприємства по удосконаленню маркетингової діяльності);

в) пункти та підпункти КР нумеруються в межах відповідних їм вищих за ієрархією структурних складових КР, аналогічно, як і її підрозділи (наприклад, пункт нумерується так: 2.1.1, а підпункт – так: 2.1.1.3);

г) після номера розділу КР, її підрозділу, пункту і підпункту, вказаних перед відповідними їм заголовками у змісті та у тексті КР, ставиться крапка, яка відокремлює номер відповідної структурної частини КР від назви цієї частини;

9) усі цитати, цифрові дані та інша інформація, що запозичені автором КР з різноманітних джерел (опублікованих, рукописних, Internet тощо) і наведені у тексті КР, повинні бути обов'язково виділені в ньому засобом посилань на першоджерела (на їх авторів, повні назви джерел та на усі інші офіційні видавничі відомості). Це дозволить, по-перше, чітко розмежувати результати відомих досліджень від тих, що отримані автором КР самостійно, під час її виконання, і визначити, на їх основі, рівень відповідності КР чинним вимогам випускаючої кафедри до її змісту за повнотою розкриття теми, виконання усіх поставлених завдань та розробки доцільних пропозицій з елементами науково-прикладної новизни, а по-друге – забезпечити дотримання чинних правових засад України, що стосуються інтелектуальної власності та її захисту;

10) не допускається:

а) невідповідність назви теми КР, викладеної на її титульному листі, тій, що зазначена в індивідуальному завданні на КР, затвердженому завідувачем кафедри та наказу про затвердження тем;

б) перенесення слів між рядками у назві теми КР при її викладенні на титульному листі та в назвах розділів і підрозділів КР, вказаних у її

«Змісті» та у її тексті, в якості заголовків.

4.2. Оформлення тексту КР

1) Заголовки розділів КР, а також такі її структурні елементи, як «ЗМІСТ», «ВСТУП», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» необхідно розташовувати посередині їх рядків та друкувати великими літерами шрифту TimesNew Roman розміром кегля 14 з міжрядковим інтервалом 1,5; при цьому крапка в кінці заголовку розділу не ставиться, текст заголовку виділяється жирними літерами.

Приклад оформлення заголовку розділу КР:

1. ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

2) *Заголовки підрозділів, пунктів й підпунктів КР* пишуться з абзацу, який має дорівнювати п'яти знакам (тобто 15-17 мм), малими літерами (крім першої літери першого слова заголовку, яка має бути великою); останній рядок заголовку необхідно розташовувати симетрично відносно центральної вертикальної осі площі аркуша, обмеженої встановленими розмірами його полів. При цьому: а) крапка в кінці кожного з заголовків вказаних структурних елементів КР, якщо вони вказані в її тексті, не ставиться; б) текст кожного з вказаних видів заголовків виділяється жирними літерами.

Приклад оформлення заголовку підрозділу КР:

2.1. Аналіз показників діяльності ПАТ «Родина»

3) *Не допускається* розташування заголовків усіх структурних елементів КР у нижній частині її сторінок, якщо після них розміщено тільки один рядок тексту.

4.3. Оформлення переліків

У тексті пунктів або підпунктів можуть бути переліки, які повинні розташовуватись стовпцем. Перед кожною позицією переліку слід ставити дефіс або (за необхідності послатися в тексті на один із переліків) арабські цифри, після якої ставлять дужку. Для подальшої деталізації переліку необхідно використовувати малі літери, після яких ставлять дужку.

а) Приклад оформлення простого переліку.

Стратегічну спрямованість ефективної збутової діяльності забезпечують наступні чинники:

- посилення маркетингової орієнтації підприємства;

- систематичне виявлення збутових ризиків і маркетингових можливостей підприємства у сфері збуту;
- забезпечення ефективної довгострокової маркетингової взаємодії підприємства з покупцями та бізнес-суб'єктами;
- впровадження і коректування стратегічних цілей;

б) Приклад оформлення фрагмента складного переліку.

1)___:

а)___;

б)___.

2)___:

а)___;

б)___.

4.4. Оформлення таблиць

Таблиці у КР застосовують для стислого подання інформації, що стосується цифрового чи текстового матеріалу, а також – для зручності здійснення його порівняльного аналізу, узагальнюючих оцінок або констатації певного стану речей.

У загальному вигляді кожна таблиця КР складається з наступних елементів: порядкового номера; тематичної назви; боковика (заголовків рядків); головки (заголовків вертикальних граф); основної частини (змісту вертикальних граф).

Загальна композиційна структура таблиць КР показана на рис. 1.



Рис. 1. Загальна композиційна структура таблиць у КМР

Вимоги до оформлення таблиць, що входять до складу тексту та додатків КР:

1) кожна таблиця повинна розміщуватися у КР безпосередньо після тексту, в якому вона згадується вперше, або на її наступній сторінці; при

цьому таблиця має бути розміщена таким чином, щоб її можна було читати без повороту переплетеного боку КР або з його поворотом за годинниковою стрілкою;

2) кожна таблиця повинна мати назву, яка точно, повно і стисло має відображати зміст матеріалів, наведених у таблиці; при цьому назва таблиці має починатися з великої літери та писатися таким же шрифтом і жирністю, як і текст КР; крапка в кінці назви таблиці не ставиться і слова в назві таблиці не повинні переноситися; назва таблиці має розміщуватися над таблицею симетрично до вертикальної осі головки даної таблиці;

3) усі таблиці, за винятком тих, що розміщені в додатках, повинні бути пронумеровані арабськими цифрами порядковою нумерацією, яка відповідає кожному з розділів КР; при цьому номер кожної таблиці має складатися з двох наступних частин – номера розділу до якого належить таблиця та з порядкового номера цієї таблиці у даному розділі; вказані складові частини номера таблиці відокремлюються поміж собою крапкою (наприклад: «Таблиця 2.3» – це таблиця № 3 у розділі № 2);

4) на всі таблиці, наведені у КР, повинні бути посилання в її тексті; ці посилання мають складатися зі слова «табл.» і відповідного їй номера;

5) таблиці з великою кількістю рядків повинні переноситися на інші сторінки КР; при цьому назву таблиці вказують тільки над її першою частиною, а над її частинами, що є продовженням чи закінченням цієї таблиці, вказують, відповідно, «Продовження таблиці» або «Закінчення таблиці» та її номер; одночасно з цим над усіма частинами таблиці, що переносяться на інші сторінки КР, повинні бути проставлені номери усіх її граф, що відповідають першій частині (початку) цієї таблиці;

6) не дозволяється розміщувати номер таблиці, її назву і головку в кінці однієї сторінки КР, а усі її рядки – на іншій сторінці КР;

7) не дозволяється закінчувати підрозділи КР розміщенням таблиці; після таблиці обов'язково має бути викладено текстовий матеріал, що стосується аналізу, пояснень чи висновків за даними, що наведені в таблиці або у тексті даного підрозділу.

4.5. Оформлення ілюстрацій

Вимогами до оформлення рисунків усіх видів у КР є наступні:

1) кожний рисунок повинен бути розміщений у КР безпосередньо після її тексту, в якому про нього згадується вперше, або на наступній сторінці КР, а, за необхідності, – у додатку;

2) кожна з графічних ілюстрацій повинна мати точну, повну і стислу назву; при цьому за необхідності, під назвою ілюстрації дозволяється

розміщувати, у стислому виді, головні пояснювальні дані, що стосуються особливостей змісту даної ілюстрації;

3) графічні ілюстрації (за винятком графічного матеріалу додатків) нумерують арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах кожного з розділів КР; при цьому номер кожного рисунка складається з номера розділу в якому він розміщується та порядкового номера цього рисунка в даному розділі КР, відокремлених один від одного крапкою; номер рисунка вказується після слова «Рис.», яке ставиться перед його назвою, вказаною під відповідним зображенням (наприклад: Рис. 2.4. Графіки динаміки цін основних видів товарної продукції базового підприємства в період 2016-20... років); у тексті КР слово рисунок і його відповідний номер вказується повністю (наприклад: «... *рис. 2.4 відображає динаміку цін...*»);

4) номер та назва ілюстрації розташовуються під рисунком;

5) не дозволяється оформлювати посилання на ілюстрації у тексті КР як самостійні фрази, оскільки при цьому повторюється уся та інформація, що міститься у їх назвах; посилання на відповідну ілюстрацію мають робитися у тих місцях КР, де зміст її тексту стосується саме цієї ілюстрації; таке посилання робиться у вигляді позначення номера рисунку, який розміщується у круглих дужках «(рис. 2.1)» або у вигляді ввідного речення «..., як це показано на рис. 2.1».

6) усі осі координат графіків та діаграм, які зображуються на рисунках КР, повинні мати відповідні назви, масштабні (цифрові) позначення та назви одиниць їх вимірювань;

7) не дозволяється завершувати рисунком текст підрозділу КР; після рисунку обов'язково має бути текст, що містить певний аналіз, пояснення чи висновки.

4.6. Оформлення формул

Вимоги до оформлення формул у КР полягають у наступному:

1) формули та рівняння повинні бути розташовані безпосередньо після тексту, в якому вони згадуються, посередині сторінки; при цьому вони мають розташовуватися від попередніх і наступних за ними рядків тексту КР через інтервал, що дорівнює не менше ніж одному вільному рядку;

2) в тексті КР, перед першим наведенням формули, повинно обов'язково бути вказано інформаційне джерело, з якого вона запозичена;

3) нумерація формул та рівнянь у тексті КР повинна здійснюватися

арабськими цифрами в межах кожного розділу; при цьому номер кожної формули в розділі складається з номера розділу та порядкового номера формули, які відокремлюються поміж собою крапкою; цей номер розміщується у тому ж рядку, де вказана формула, праворуч від неї у круглих дужках на рівні закінчення тексту попередніх рядків (перед правим полем даної сторінки КР);

4) посилання у тексті КР на формули повинно здійснюватися засобом наведення їх порядкових номерів, вказаних у КР; такі посилання у тексті КР подають у дужках [наприклад: «... у формулі (1.1) наведено залежність...»];

5) у формулах, що в якості складових позначень містять символи фізичних величин, повинні застосовуватися позначення, які встановлені відповідними чинними стандартами або іншими документами;

6) пояснення символів та числових коефіцієнтів, що входять до складу формул, які наводяться у КР, повинно здійснюватися у тексті КР під формулою, до якої вони відносяться при першому її викладенні; при цьому пояснення кожного символу повинно здійснюватися з нового рядка у тій послідовності, в якій вони наведені у даній формулі, а перший рядок цих пояснень має починатися зі слова «де» без двокрапки; в кінці пояснення кожного з цих символів та коефіцієнтів повинні бути вказані (у скороченій формі) одиниці їх вимірювань, позначені відповідно до чинної системи міжнародних вимірювань, що діє в Україні; ці одиниці повинні відділятися від тексту пояснень відповідного символу комою;

7) формули, що розміщені у КР одна за одною і не розділені поміж собою текстом, повинні бути відокремлені одна від одної комою.

Приклад оформлення формул в тексті КР.

Планова чисельність виробничого персоналу промислових підприємств визначається за наступною формулою [16, С. 27]:

$$N = O_n : K, \quad (1.3)$$

де N – планова чисельність виробничого персоналу промислових підприємств, осіб.;

O_n – плановий обсяг виробництва товарної продукції промисловим підприємством (за рік, квартал, місяць), грн.;

K – плановий виробіток товарної (валютної, чистої) продукції на одного працівника виробничого персоналу (за рік, квартал, місяць), грн.

4.7. Цитування та посилання на використані джерела

Вимоги до цитування, що повинні виконуватися у КР:

1) точне відтворення тексту кожної цитати та посилання на її

джерело (назву джерела, його офіційні видавничі дані, його автора чи авторів);

2) текст цитати повинен починатися і закінчуватися лапками;

3) цитування повинно бути повним, без довільного скорочення авторського тексту; пропуск слів, речень, абзаців при цитуванні допускається без втрачання сенсу авторського тексту і позначається трьома крапками, які ставляться у будь-якому місці цитати (на її початку, всередині, в кінці); при цьому, якщо перед пропущеним текстом джерела або за ним стояв розділовий знак, то він у такій цитаті не зберігається;

4) при непрямому цитуванні (переказі відомого тексту чи викладенні думок інших авторів своїми словами) повинна максимально зберігатися точність у викладенні думок автора, що цитується; при цьому також повинна забезпечуватися максимальна коректність щодо оцінювання результатів цих думок, автором КР.

Вимоги до посилань на використанні джерела, що повинні виконуватися у КР:

1) посилання на використанні джерела повинні відповідати їх останнім виданням; на більш ранні видання можна посылатися лише у тому разі, коли в них є матеріал, який не включено до останнього видання;

2) посилання на використанні джерела повинні робитися у квадратних дужках, де вказується порядковий номер джерела у списку літератури КР; при цьому посилання наводиться в тому реченні роботи, яке є завершальним у викладанні запозиченого матеріалу;

3) у випадку, коли в КР необхідно точно вказати ілюстрації, таблиці, формули чи цитати, що запозичені з джерел, які мають велику кількість сторінок (монографії, підручники тощо), посилання на використанні джерела повинні робитися більш уточнено – з вказанням у квадратних дужках не тільки порядкового номера джерела у списку літератури КР, а також і відповідної сторінки цього джерела.

Приклад оформлення цитат та посилань у тексті КР

«... за прогнозами фахівців розвиток маркетингового менеджменту у 21-му сторіччі буде відбуватися у форматі ...» [7] або [7, С.12].

4.8. Оформлення списку використаних джерел

У розділі «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ» КР повинні наводитися усі види інформаційних джерел, що використані при її виконанні.

Послідовність наведення інформаційних джерел має бути складена

одним з наступних способів:

1) *Алфавітний*. При якому список літератури розташовується за алфавітом, спочатку українською мовою або мовами з кириличною графікою, а потім – мовами з латинською графікою.

2) *Нумераційний* спосіб передбачає розміщення джерел в списку за порядком їх використання при виконанні роботи. Форма зв'язку записів з основним текстом – за номерами їх записів у списку.

3) *Систематичний*. При якому літературні джерела групуються в наступній послідовності: Закони України; інструкції та нормативні акти міністерств і відомств; підручники; монографії; періодичні видання; іноземні видання; Internet-джерела; при цьому в кожній з вказаних груп джерела мають розміщуватися в алфавітному порядку або порядку згадування в тексті.

Приклад оформлення інформаційних джерел наведений у додатку Ж даних методичних рекомендацій.

4.9. Оформлення додатків

Усі види інформаційного матеріалу, що доповнюють зміст окремих підрозділів КР доцільно розміщувати в її додатках. Додатки у КР повинні оформлюватися з дотриманням наступних вимог:

1) кожний додаток повинен починатися з нової сторінки із зазначенням угорі в середині сторінки слова «Додаток» і його позначення; під ними має розміщуватися його заголовок;

2) кожен з додатків має позначатися великими літерами української абетки, починаючи з А, за винятком літер Г, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ї; допускається позначення додатків літерами латинської абетки, за винятком літер І та О; у разі повного використання літер української чи латинської абеток допускається їх позначення арабськими цифрами;

3) заголовок додатку повинен повно, точно і стисло відображати його змістовне наповнення; цей заголовок розміщують симетрично до вертикальної осі тексту даного додатку, вказаного на його першій сторінці; він пишеться з великої літери окремим рядком;

4) текст, ілюстрації, таблиці та формули кожного додатка, за необхідністю, може бути поділені на розділи, підрозділи, пункти, підпункти, що повинні бути пронумеровані у межах кожного додатка; при цьому перед кожним номером ставлять позначення додатка (тобто його літеру) і крапку, наприклад: Додаток А.2 – додаток А розділ 2; Таблиця В.3 – додаток В таблиця 3; Рисунок Б.4 – додаток Б таблиця 4.

ДОДАТКИ

Додаток А

Орієнтовна тематика кваліфікаційних робіт за спеціальністю 075 «Маркетинг» (другий (магістерський) рівень)

1. Удосконалення маркетингу послуг у сфері роздрібного банкінгу.
2. Регіональне дослідження ринку ресторанів швидкого харчування та обґрунтування вибору ринкової ніші.
3. Формування комплексу заходів Public Relations на підприємстві громадського харчування.
4. Вплив зовнішнього середовища на маркетингову дистанційну освіту.
5. Маркетингове управління розвитком університету в умовах інформатизації суспільства.
6. Формування та просування бренду закладу вищої освіти.
7. Брендинг як ефективна технологія завоювання та утримання покупця.
8. Формування брендингової політики підприємства.
9. Управління глобальним брендом на локальних ринках.
10. Впровадження Інтернет-технологій в управлінні брендом.
11. Обґрунтування digital-стратегії просування бренду.
12. Маркетинг міжнародних/внутрішньодержавних програм студентської мобільності.
13. Удосконалення асортиментної політики (на прикладі конкретного суб'єкта господарювання).
14. Формування маркетингових складових діяльності виробничо-торгівельного підприємства.
15. Удосконалення маркетингової діяльності торговельного підприємства (на матеріалах...).
16. Обґрунтування елементів комплексу маркетингу готельного/туристичного підприємства.
17. Вплив елементів маркетингу на підвищення конкурентоспроможності продукції.
18. Маркетингові інструменти виведення на ринок нового товару (на прикладі...).
19. Удосконалення маркетингової комунікаційної політики

торговельного підприємства.

20. Пошукова оптимізація в комунікаційних маркетингових системах.
21. Формування стратегії в системі Інтернет-маркетингу.
22. CRM-система підприємства як інструмент омніканального впливу на споживачів на ринку непродовольчих товарів.
23. Використання Інтернет-технологій в маркетинговій діяльності підприємства.
24. Формування каналів просування товарів/послуг в інтернет-просторі (на прикладі...).
25. Організація рекламної діяльності підприємства в мережі Інтернет.
26. Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій у цифровому середовищі.
27. Управління маркетинговими комунікаціями підприємства в мережі Інтернет.
28. Формування іміджу підприємства з використанням інтернет-технологій.
29. Напрями розвитку digital-маркетингу в організації.
30. Розробка рекламної кампанії для продукції підприємства.
31. Маркетингове управління товарним асортиментом підприємства.
32. Розробка механізму оцінки маркетингових стратегій розвитку підприємства.
33. Маркетингове дослідження у формуванні стратегії розвитку підприємств сфери послуг.
34. Управління логістичною системою як основа стратегічного розвитку підприємства.
35. Управління маркетинговими можливостями підприємства (на матеріалах ...).
36. Організація маркетингової діяльності у сфері рекламного бізнесу.
37. Формування маркетингу взаємовідносин зі споживачами підприємства сфери послуг.
38. Удосконалення маркетингової політики промислового підприємства.
39. Обґрунтування/удосконалення маркетингової стратегії підприємства.
40. Розробка рекламної кампанії підприємства на ринку послуг.
41. Удосконалення маркетингової стратегії підприємства на ринку послуг.
42. Удосконалення асортиментної політики підприємства харчової промисловості.
43. Управління маркетинговою активністю сільськогосподарських

підприємств (на матеріалах ...).

44. Формування маркетингової стратегії сільськогосподарського підприємства.

45. Формування та оптимізація маркетингових витрат сільськогосподарського підприємства.

46. Впровадження концепції екологічного маркетингу в господарську діяльність аграрного підприємства.

47. Дослідження ... ринку України та вдосконалення комунікаційної політики на ньому.

48. Дослідження ринку ... виробів України та удосконалення системи Інтернет-комунікацій на ньому (на матеріалах...).

49. Дослідження ринку одягу/взуття/канцтоварів/... України та обґрунтування напрямів удосконалення маркетингової діяльності на ньому.

50. Розробка маркетингової стратегії диверсифікації для підвищення адаптаційних можливостей підприємства.

51. Формування системи комерційної логістики підприємства.

52. Соціальна орієнтація маркетингового управління виробничим підприємством (на матеріалах).

53. Формування системи маркетинг-менеджменту промислового підприємства.

54. Формування маркетингової політики розподілу продукції підприємства.

55. Маркетингове забезпечення організації збутової діяльності на підприємстві.

56. Розробка і реалізація рекламних стратегій в умовах розвитку підприємництва.

57. Стратегічне партнерство в торговельному бізнесі.

58. Підвищення ефективності комплексу маркетингу підприємства.

59. Маркетингові дослідження в каналах продажу продукції підприємства.

60. Маркетингові комунікації в просуванні послуг підприємства.

61. Маркетингова діяльність будівельних організацій/ломбардів/туристичних компаній/страхових компаній/клірингових компаній.

62. Формування політики маркетингових комунікацій суб'єкта господарювання (на матеріалах....).

63. Формування конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу на прикладі ДП

64. Цифровий маркетинг в системі дистрибуції.

65. Рекомендації з удосконалення маркетингової стратегії підприємства (на прикладі»).

66. Дослідження особливостей ціноутворення в Інтернеті (на прикладі...).

67. Використання соціальних мереж на B2B ринку (на прикладі...).

68. Використання соціальних мереж на B2C ринку (на прикладі...).

69. Інтернет-маркетинг в системі маркетингових комунікацій комерційного банку.

70. Шляхи вдосконалення маркетингової діяльності комерційного банку.

71. Особливості формування конкурентних переваг для забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства.

72. Сучасні методи просування послуг в умовах глобалізації ринку.

73. Формування комунікативної стратегії організації за матеріалами рекламного агентства «...».

74. Формування стратегії розвитку підприємства.

75. Ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємства на ринку меблів (за матеріалами ...).

76. Розробка регіональної стратегії управління лояльністю споживача (на прикладі торгової марки «...»).

77. Формування маркетингової стратегії розвитку підприємства.

78. Управління збутовою діяльністю підприємства.

79. Організація комунікативної політики підприємства.

80. Розробка маркетингової стратегії комунікацій нового продукту.

81. Підвищення конкурентоспроможності товару на основі ефективної комунікативної політики.

82. Удосконалення управління асортиментною політикою підприємства.

83. Удосконалення управління товарною політикою підприємства.

84. Удосконалення управління збутовою діяльністю підприємства (на прикладі...).

85. Маркетингова збутова політика та шляхи її удосконалення.

86. Формування фірмового стилю та впровадження інструментів брендингу в маркетингову діяльність підприємства.

87. Розробка і удосконалення комплексу маркетингу підприємства.

88. Оцінка й підвищення ефективності застосування маркетингу на підприємстві.

89. PR як технологія ефективного управління фірмою.

90. Формування маркетингової стратегії розвитку рекламного агентства.

91. Маркетингові конкурентні стратегії на ринку металопластикових конструкцій.

92. Розробка нової маркетингової стратегії.

93. Управління рекламною діяльністю підприємства.

94. Маркетингові стратегії позиціонування торгової марки.

95. Розробка SMM-стратегії для підприємства.

96. Розробка комунікаційної стратегії банку.

97. Розробка маркетингової стратегії підприємства в digital-середовищі.

98. Електронна комерція як новітня форма міжнародної торгівлі.

99. Розробка клієнтоорієнтованості підприємства на міжнародних ринках.

100. Розвиток клієнтоорієнтованості підприємства на зарубіжних ринках.

101. Розробка клієнтоорієнтованості підприємства на внутрішньому ринку.

102. Формування клієнтоорієнтованого підходу управління підприємством (за матеріалами ...).

103. Підвищення ефективності функціонування підприємства на основі впровадження клієнтоорієнтованих технологій управління (на прикладі ...).

104. Реалізація концепції клієнтоорієнтованого маркетингу на підприємствах сфери гостинності (на матеріалах ...).

105. Управління конкурентоспроможністю (конкретного суб'єкта господарювання) на ринку авіаційних/туристичних/банківських послуг.

106. Розвиток функціональної маркетингової стратегії підприємства (на прикладі ...).

107. Розвиток інтернет-комунікацій на ринку морозива/швидкого харчування/взуття/цукру/кави.

108. Вдосконалення маркетингової діяльності малого підприємства (на прикладі студії дизайну інтер'єру ...).

109. Формування купівельної поведінки споживачів на ринку ювелірної продукції (на прикладі).

110. Вплив зовнішнього середовища на формування комплексу маркетингу підприємства.

111. Формування маркетингової стратегії на підприємствах поліграфічної галузі (на прикладі ...).

112. Удосконалення маркетингової політики комунікацій.

113. Управління партнерськими мережами підприємства в конкурентному середовищі.

114. Розробка стратегії підвищення результативності маркетингової діяльності підприємства.

115. Управління маркетинговими каналами підприємства.

116. Розробка маркетингової стратегії виведення на ринок нового товару.

117. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

118. Маркетингова діяльність в системі управління підприємством.

119. Реінжиніринг бізнес-процесів підприємств оптової торгівлі за матеріалами.

120. Формування системи управління комерційною діяльністю торговельного підприємства за матеріалами.

121. Дослідження позиціонування торгових марок на споживчому ринку.

122. Дослідження споживчого сприйняття реклами на ринку.

123. Дослідження ринку BTL-комунікацій в Україні.

Додаток Б
Зразок завдання на кваліфікаційну роботу
Національний університет водного господарства та
природокористування

Навчально-науковий інститут: Економіки і менеджменту
Кафедра: Маркетингу
Освітньо-кваліфікаційний рівень: Магістр
Спеціальність: 075 «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри маркетингу

_____ М.В. Мальчик “
_____” _____ 20_р.

З А В Д А Н Н Я
ДЛЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи) _____

керівник проекту (роботи) _____

затверджені наказом вищого навчального закладу від “__” ____ 20_ року № _____

2. Термін подання студентом закінченого проекту (роботи) _____

3. Вихідні дані до проекту (роботи) _____

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

6. Консультанти роботи

Розділ	Прізвище та ініціали і посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Пор. №	Назва етапів кваліфікаційної роботи (проекту)	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	2	3	4

Студент

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи (проекту)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Додаток В

Зразок оформлення зовнішньої рецензії

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу студента НУВГП _____ (ППП)
спеціальності 075 “Маркетинг” на тему: «_____»

Завдання виконано _____ (повністю, в
основному, частково) _____

Актуальність теми роботи _____

Кваліфікаційна робота виконана на _____ сторінках, _____ слайдах
мультимедійної презентації і містить (охарактеризувати зміст
роботи) _____

Наукова новизна роботи _____

Доробки студента, які заслуговують на особливу увагу і
схвалення: _____

Практична значущість роботи і перспективи впровадження
запропонованих рекомендацій на виробництві: _____

Недоліки змістовного характеру (зазначити із посиланням на
стор.) _____

Висновок про можливість допуску кваліфікаційної роботи до захисту
перед ЕК: _____

Загальна оцінка – _____, _____ балів.

Висновок: чи заслуговує студент на присвоєння кваліфікації магістра
маркетингу.

Рецензент:

Науковий ступінь,

наукове звання,

посада Печатка

ППП

Додаток Г

Зразок заяви на кваліфікаційну роботу

Завідувачу кафедри маркетингу
проф. Мальчик М.В. студента
ННІЕМ, спеціальності 075
«Маркетинг», групи МАР – ____

(ПІБ повністю)

(домашня адреса та номер

контактного телефону)

ЗАЯВА

Прошу закріпити за мною наступну тему кваліфікаційної роботи:
«Управління комплексом маркетингу ПАТ «Рівненська кондитерська фабрика».

Погоджено: керівник кваліфікаційної роботи,
к.е.н., доцент

(ПІБ та підпис керівника)

(дата)

Додаток Д
Зразок титульного аркуша кваліфікаційної роботи

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

Кафедра маркетингу

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА ДО
КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

/тема роботи/

Виконав(ла) студент(ка) _____ -го курсу ННІЕМ,
спеціальності
075 «Маркетинг»,
ППП студента

Керівник _____ посада, ППП керівника

Рецензент _____ посада, ППП рецензента

Допущено до захисту

“_____” _____ 20__р.

Зав. кафедри, д.е.н., проф. _____ М.В.Мальчик

Рівне – 20__

Додаток Е

Приклад оформлення літератури

Характеристика джерела	Приклад оформлення
1	2
Книги	
Один автор	Скидан О. В. Аграрна політика в період ринкової трансформації : монографія. Житомир : ЖНАЕУ, 2008. 375 с.
Два автори	Окландер М.А., Жарська І. О. Поведінка споживача: навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 208с.
Три автори	Оснач О.Ф., Пилипчук В.П., Коваленко Л.П. Промисловий маркетинг: підручник [для студ. вищ. навч. закл.] К.: Центр учбової літератури, 2009. – 365 с.
Чотири автори і більше	Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.с.н., проф. Мальчик М.В. Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.(гриф МОНУ лист №1/1-11466 від 22.07.2014)
Автор і перекладач	Котлер Ф. Основы маркетинга : учеб. пособие / пер. с англ. В. Б. Боброва. Москва, 1996. 698 с. Брігхем Є. В. Основи фінансового менеджменту / пер. з англ. В. Біленького та ін. Київ : Молодь, 1997. 998 с.
Частина видання	
Розділ книги	Саблук П. Т. Напрямки розвитку економіки в аграрній сфері виробництва. <i>Основи аграрного підприємництва</i> / за ред. М. Й. Маліка. Київ, 2000. С. 5–15.
Тези доповідей, матеріали конференцій	Мальчик М.В. Використання рефлексивних впливів в управлінні підприємством. <i>Фінансові аспекти діяльності підприємств в умовах кризи</i> : збірник тез І міжвуз. наук. конф.: Київ: Університет «Україна», 2014. С.3-7. Скидан О. В., Судак Г. В. Розвиток сільськогосподарського підприємництва на кооперативних засадах. <i>Кооперативні читання: 2013 рік</i> : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 4–6 квіт. 2013 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2013. С. 87–91.
Статті з продовжуючих та періодичних видань	Мальчик М. В., Толчанова З. О. Логістична діяльність промислового підприємства в його маркетинговій діяльності. Наукові записки. Серія «Економіка»: збірник наукових праць. Острог: Вид-во НУ «Острозька академія», 2013. Випуск 21. 304 с. С. 68-70

	Dankevych Ye. M., Dankevych V. Ye., Chaikin O. V. Ukraine agricultural land market formation preconditions. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis. 2017. Vol. 65, №. 1. P. 259–271.
Електронні ресурси	
Книги	Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С. Товарна інноваційна політика : підручник. Суми : Університетська книга, 2007. 281 с. URL: ftp://lib.sumdu.edu.ua/Books/1539.pdf (дата звернення: 10.11.2017).
Законодавчі документи	Про стандартизацію : Закон України від 11 лют. 2014 р. № 1315. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1315-18 (дата звернення: 02.11.2017). Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року : проект / М-во аграр. політики та продовольства України. URL: http://minagro.gov.ua/apk?nid=16822 (дата звернення: 13.10.2017).
Сторінки з веб-сайтів	Що таке органічні продукти і чим вони кращі за звичайні? <i>Екологія життя</i> : веб-сайт. URL: http://www.eco-live.com.ua (дата звернення: 12.10.2017).
Інші документи	
Законодавчі і нормативні документи (інструкції, накази)	Конституція України : станом на 1 верес. 2016 р. / Верховна Рада України. Харків : Право, 2016. 82 с. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96 – ВР URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80
Стандарти	ДСТУ ISO 9001: 2001. Системи управління якістю. [Чинний від 2001-06-27]. Київ, 2001. 24 с. (Інформація та документація).
Дисертації, автореферати дисертацій	Мальчик М.В. Рефлексивне управління конкурентоспроможністю промислових підприємств: дис. д-ра екон. наук: 08.00.04 / Донецьк, 2011. 212 с. Романчук Л. Д. Оцінка джерел надходження радіонуклідів до організму мешканців сільських територій Полісся України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра с.-г. наук : 03.00.16. Житомир, 2011. 40 с.

Примітка. У списку літератури в роботі необхідно також навести список опублікованих праць студента і вказати прізвища та ініціали всіх його співавторів, незалежно від виду публікації.

Додаток Ж

Анотація кваліфікаційної роботи на тему:

Кваліфікаційна робота представлена студентом _____ курсу спеціальності 075 «Маркетинг» _____.

Загальний обсяг роботи _____ сторінок пояснювальної записки (без врахування додатків) і _____ слайдів мультимедійної презентації.

Робота містить _____ ілюстрацій, _____ таблиць, _____ джерел, _____ додатків.

База дослідження: _____

Мета дослідження: _____

Елементи наукової новизни: _____

Практична цінність результатів дослідження _____

Ключові слова: _____

«Підвищення конкурентоспроможності Публічного акціонерного товариства «Рівненська кондитерська фабрика»: кваліфікаційна робота / Поліщук М.В. - Рівне: НУВГП, 2019. - 110 с.

Кваліфікаційна робота присвячена проблемам підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства харчової галузі. В роботі висвітлено основні теоретико - методологічні засади оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств харчової галузі. Проведена діагностика рівня конкурентоспроможності підприємства, на основі чого розроблено та обгрунтовано конкретні заходи щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Master's thesis deals with the problems of development and support measures to improve the competitiveness of the food industry. The paper highlights the key theoretical - methodological bases of evaluation of the food industry and conducted diagnostic evaluation of the Company on the basis of what has been formed and reasonably specific measures to enhance the competitiveness of enterprises

Квалификационная работа посвящена проблемам повышения конкурентоспособности предприятия пищевой отрасли. В работе освещены основные теоретико - методологические основы оценки уровня конкурентоспособности предприятий пищевой отрасли. Проведена диагностика уровня конкурентоспособности предприятия, на основе чего разработаны и обоснованы конкретные мероприятия по повышению уровня конкурентоспособности предприятия.

© М.В. Поліщук, 2019

© НУВГП, 2019